

ABSTRAK

Studi ini membahas mengenai *brand awareness* pada gojek dengan Kualitas Logo dan konten social media sebagai variable independen dan citra merek sebagai variable mediasi dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Logo dan Konten Sosial Media Terhadap *Brand Awareness* Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi (studi pada gojek). Populasi pada penelitian merupakan pengguna gojek aktif yang menggunakan aplikasi gojek baik itu Go-ride, Go-food, go- clean dan layanan lainnya minimal 3 kali pemakaian dalam seminggu serta aktif dalam melihat informasi yang diberikan oleh gojek.

Berdasarkan hasil penelelitian yang dilakukan menunjukan bahwa (1) kualitas logo berpengaruh positif terhadap *brand awareness*. (2) Konten sosial media berpengaruh positif terhadap *brand awareness*. (3) Citra merek tidak berpengaruh terhadap *brand awareness*. (4) Citra merek tidak memediasi pengaruh positif kualitas logo terhadap *brand awareness*. (5) Citra merek tidak memediasi pengaruh positif konten sosial media terhadap *brand awareness*.

Pada implikasi dan kesimpulanya adalah perubahan logo dengan meningkatnya kualitas logo dan pembuatan konten pada media sosial akan dapat mempengaruhi *brand awareness*. Citra merek sebagai variabel mediasi pada penelitian tidak meunjukkan adanya mediasi terhadap varibel kualitas logo dan konten sosial media terhadap *brand awareness*.

Kata kunci: Kualitas Logo, Konten Sosial Media, Citra merek

ABSTRACT

This study discusses brand awareness on Gojek with Logo and social media content as independent variables and brand image as a mediating variable with the research title "The Influence of Logo Quality and Social Media Content on Brand Awareness With Brand Image as a Mediation Variable (study on Gojek).

The population in this study are active Go-Jek users who use the Go-Jek application, be it Go-ride, Go-Food, Go-Clean and other services at least 3 times a week and are active in viewing the information provided by Go-Jek.

Based on the results of the research conducted, it shows that (1) Logo quality has a positive effect on brand awareness. (2) Social media content has a positive effect on brand awareness. (3) Brand image has no effect on brand awareness. (4) Brand image does not mediate the positive effect of logo quality on brand awareness. (5) Brand image does not mediate the positive influence of social media content on brand awareness.

Keywords: Logo Quality, Social Media Content, and Brand Image